

УДК 338.48:004.9 JEL L83, O29, R58

DOI 10.26425/1816-4277-2021-2-21-29

Замятина Наталья Александровна

канд. филол. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-8184-6304**e-mail:** na_zamyatina@guu.ru**Збарская Анна Владимировна**

старший преподаватель, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7380-2977**e-mail:** na_zbarskaya@guu.ru

МОЛОДЕЖНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ В ТУРИЗМЕ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ПАНДЕМИИ

Аннотация. Активные процессы цифровизации экономики с начала 2010-х гг. благодаря бурному развитию мобильного интернета и искусственного интеллекта были ускорены пандемией COVID-19, вызвавшей катастрофические потери в международном туризме в 2020 г. В настоящей статье рассмотрено восприятие туристического региона молодым поколением эпохи смартфонов и социальных сетей и поставлены задачи адаптации туризма в мире VUCA – мире нестабильности, неопределенности, сложности и неоднозначности. В числе приоритетных стратегий развития туризма в регионах: внедрение в туризме невидимых технологий управления и создание полноценной онлайн-платформы молодежного досуга, разработка концепций современного использования исторических зданий с сохранением их исторической аутентичности и романтической атмосферы, организация общественных пространств для обмена опытом между поколениями на базе взаимных интересов и поощрение проектов с вовлечением молодых людей с ограниченными возможностями. Назрела потребность в долгосрочном планировании и формировании глобальной системы общечеловеческих ценностей и понимания человеком своего места в «новой реальности». Этот вектор развития приведет к новому уровню человечности в перспективе 5–10 лет.

Ключевые слова: развитие туризма, стратегическое планирование в туризме, молодежные инициативы, пандемия, COVID-19, мир VUCA, цифровизация экономики, гуманизация общества

Для цитирования: Замятина Н.А., Збарская А.В. Молодежные инициативы в туризме в эпоху цифровизации и пандемии // Вестник университета. 2021. № 2. С. 21–29.

YOUTH INITIATIVES IN TOURISM IN THE ERA OF DIGITALIZATION AND PANDEMIC

Abstract. The rapid digitalization of the economy since the early 2010s thanks to the rapid development of the mobile Internet and artificial intelligence was accelerated by the COVID-19 coronavirus pandemic, which caused catastrophic losses in international tourism in 2020. This article considers the perception of the tourist region by the young generation of the era of smartphones and social networks and sets objectives of adapting tourism in the world of VUCA – a world of instability, uncertainty, complexity and ambiguity. The priority strategies of tourism development in the regions: the introduction of the unseen tourism management technologies and creation of the online platform of youth leisure, development of concepts modern use of historic buildings while preserving their historical authenticity and romantic atmosphere, organization of public spaces for the exchange of experiences between generations on the basis of mutual interest and encouragement of projects engaging young people with disabilities. There is a need for long-term planning and the formation of a global system of universal values and human understanding of their place in the “new reality”. This vector of development will lead to a new level of humanity in the future 5–10 years.

Keywords: tourism development, strategic planning in tourism, youth initiatives, pandemic, COVID-19, VUCA world, digitalization of the economy, humanization of society

For citation: Zamyatina N.A., Zbarskaya A.V. (2021) Youth initiatives in tourism in the era of digitalization and pandemic. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 21–29. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-2-21-29

Natalya A. Zamyatina

Cand. Sci. (Philol.), State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-8184-6304**e-mail:** na_zamyatina@guu.ru**Anna V. Zbarskaya**

Senior lecturer, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-7380-2977**e-mail:** na_zbarskaya@guu.ru

© Замятина Н.А., Збарская А.В., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Zamyatina N.A., Zbarskaya A.V., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Введение

Активные процессы цифровизации экономики с начала 2010-х гг., вызванные бурным развитием мобильного интернета и искусственного интеллекта, были ускорены пандемией COVID-19, вызвавшей катастрофические потери в международном въездном туризме в 2020 г. В настоящей статье ставятся задачи адаптации туристической индустрии под потребности молодого поколения эпохи смартфонов и социальных сетей в эпоху нестабильности, неопределенности, сложности и неоднозначности.

Анализ источников и результаты

Особенности эпохи 2020-х гг. Для описания турбулентной эпохи времени пандемии COVID-19 социологами был адаптирован военный термин VUCA (от англ. volatility – нестабильность, uncertainty – неопределенность, complexity – сложность и ambiguity – неоднозначность), впервые использованный американскими военными в 1987 г. для описания особенностей мира после окончания холодной войны [26]. Он связан с социально-экономическими изменениями из-за вынужденной изоляции, перехода к дистанционным видам деятельности, разрыва социальных связей и нарушения привычного образа жизни. В бизнесе, для которого характерны изменчивость и непредсказуемость, введен специальный параметр оценки сотрудников на устойчивость (англ. resilience) [20].

Отношение к нестабильности в странах Востока и Запада. Согласно обширному многолетнему исследованию особенностей национальной культуры разных стран профессора Г. Хофстеда, ощущение неопределенности и нестабильности (англ. uncertainty avoidance index, UAI), которое является одной из главных причин роста агрессии в обществе, по-разному воспринимается в странах Востока и Запада. Восточные культуры (и культура Швеции) оказываются более устойчивыми к изменениям, исключением является высокоразвитая Япония (табл. 1).

Таблица 1

Восприятие нестабильности в странах Востока и Запада

UAI 30-50	UAI 50-75	UAI 75-100
Швеция (29)	Норвегия (50)	Италия (75)
Китай (30)	Нидерланды (53)	Испания (86)
Вьетнам (30)	Швейцария (58)	Япония (92)
Индия (40)	Финляндия (59)	Россия (95)
	Германия (65)	Португалия (99)
	Тайвань (65)	Греция (100)

Источник: [18]

Особенности молодежи 2020-х гг. Очевидны возрастные отличия в восприятии динамики жизни: среди молодого поколения всегда находились люди, отличающиеся повышенной активностью, заинтересованностью в новых технологиях и желанием изменить мир на свой вкус. По личному преподавательскому опыту, около 10–20 % студентов в учебных группах отличаются активной позицией. По статистике, более 50 % молодежи к 2050 г. сосредоточится в Азиатском регионе, около 30 % – в Африке, около 10 % – в развитых странах Европы и Америки, около 7 % – в странах Центральной Америки, а в Австралии число молодых людей достигнет 50 % от населения [21]. Мир неравномерно в географическом плане молодеет, и вопрос понимания особенностей взаимодействия с молодым поколением становится все более актуальным.

Исследование опыта работы с молодежью 15–24 лет в разных странах выявило общие проблемы: отсутствие занятости и нехватку возможностей для самовыражения, повышенную агрессию и тревожность. Восприятие молодыми людьми окружающего мира как враждебного, из-за чего так сильно возрастает тревожность и агрессия, напрямую связано с посредничеством взрослых, транслирующих ценности общества [19; 21]. Две недавние инициативы в этой связи вызывают особый интерес: движение Греты Тунберг (Швеция), нацеленное на ответственное отношение к экологии у подросткового поколения, и введение в учебных заведениях

Индии специального предмета «Гармоничное развитие личности в окружающем мире» [17; 22]. Обе инициативы направлены на активное изменение восприятия окружающего мира и себя в этом мире молодыми людьми, то есть готовят поколение для новой реальности (от англ. new normal).

В проведенных за последние несколько лет исследованиях в рамках «теории поколений» уточнены характеристики молодежи «цифровой эпохи» (табл. 2).

Таблица 2

Особенности поколений 1981–2005 г. р.

Причины	Характеристики
Потребности	
<ul style="list-style-type: none"> – скорость изменения внешней среды; – внимание к безопасности в обществе; – рыночные отношения в обществе; – навязывание со стороны средства массовой информации моделей поведения 	<ul style="list-style-type: none"> – психология потребительства; – фокус потребностей на «здесь и сейчас»; – безопасность; – карьеризм; – желание быстрого заработка; – завышенная самооценка; – ориентированность на славу и успех; – демонстративность; – подражательство; – ожидание профессионального развития навыков
Ценности	
<ul style="list-style-type: none"> – скорость изменения внешней среды; – степень толерантности в обществе; – гиперопека; – направленность школьного образования; – отсутствие/наличие соответствующей подготовки 	<ul style="list-style-type: none"> – индивидуализм, личное в приоритете; – самовыражение и самоутверждение, желание выделиться из толпы; – отложенное взросление, инфантилизм; – высокие запросы (желание отдачи от работы и участия в принятии решений); – аполитичность; – в приоритете личность, потом семья; – стремление к минимизации роли государства в жизни общества и личности; – склонность к либеральным ценностям; – отложенное взросление, инфантилизм; – недостаток профессиональной идентичности; – недостаток эрудиции; – неприятие иерархии; – отсутствие боязни власти (начальства), готовность отстаивать свои права; – трудности в адаптации к иерархии и бюрократическим способам принятия решений; – неготовность принять чужое решение, предпочтение собственного опыта «свободы» и ошибок; – отсутствие границ; – отсутствие боязни ошибок; – стремление к свободе и самовыражению; – самостоятельность; – мотивированность на профессиональную идентичность; – размытость гендерных ролей

Причины	Характеристики
Мышление	
<ul style="list-style-type: none"> – цифровая среда; – сверхпотребление разнообразной информации при отсутствии системного подхода 	<ul style="list-style-type: none"> – «цифровые аборигены»; – погруженность в мир технологий, Интернет, соцсети; – независимость от традиционных средств массовой информации (телевидения, радио, газет); – интерес к технике, технологиям и науке; – ориентированность на «кумиров»; – отсутствие склонности к самостоятельной рефлексии; – непредсказуемость необдуманных действий; – слабое восприятие системной информации; – слабое стратегическое мышление, неспособность прогнозировать; – интерес к текущему моменту, взаимодействию с людьми, местом, проблемой; – отсутствие боязни ошибок; – готовность к изменениям; – гибкость мышления; – смена парадигмы мышления; – клиповое, сегментарное мышление
Эмоциональный интеллект	
<ul style="list-style-type: none"> – гиперопека; – чрезмерная похвала; – преобладание криминальной тематики в средствах массовой информации; – оценочная система проверки знаний 	<ul style="list-style-type: none"> – эгоцентризм; – нарциссизм; – недостаток эмпатии; – боязнь ошибок; – эмоциональная неустойчивость; – отсутствие самокритичности; – уход от конфликтов и состязательности; – отсутствие желания и способности договариваться с начальством; – опыт столкновения с мнениями других; – вынесение собственного опыта и умозаключений на публичное обсуждение; – тестирование реакций аудитории; – неготовность к конфликтам; – неготовность к состязательности; – готовность к сотрудничеству, созданию союзов-альянсов, коллабораций, работе в группах, обсуждениям, обмену мнениями
Навыки работы с цифровыми технологиями	
<ul style="list-style-type: none"> – развитие цифровых технологий (мобильный интернет, социальные сети); – доступность цифровой среды 	<ul style="list-style-type: none"> – владение технологиями сетевой коммуникации (умение быстро проводить обсуждения, благодаря мессенджерам и социальным сетям, и быстро принимать коллегиальные решения); – виртуализация общения; – навык поиска информации

Источник: [1]

Приведенные в исследованиях характеристики могут быть уточнены в специализированных исследованиях и являются актуальной информацией в эпоху изменений рынка и кастомизации (от англ. customization), то есть адаптации продуктов и услуг под потребности конкретной аудитории, для составления портрета

потребителя. Государства также делают выводы из проведенных исследований и корректируют демографическую молодежную политику. Например, в России по инициативе президента появилась платформа «Россия – страна возможностей» [15].

Участие молодежи в развитии туристической индустрии. В 2020 г. индустрия туризма в России, ориентированная, в основном, на выездной туризм, потерпела значительный ущерб от изоляционных мер и закрытия границ с целью предотвращения распространения инфекции до начала всеобщей вакцинации от COVID-19. Правительством было принято решение о преобразовании отрасли в стратегическую с новым органом управления – Федеральным агентством по туризму. Одновременно с этим были разработаны меры по обновлению туризма с помощью профессиональных сообществ туроператоров, отельеров и других игроков туристического рынка, а также поставлены новые задачи перед учебными заведениями, занимающимися подготовкой туристических кадров, в том числе привлечение молодежи к решению практических задач регионального туризма и разработке новых проектов. В 2019 г. предложен новый формат для обмена опытом и продвижения молодежи в сфере туризма – всероссийский профессиональный конкурс «Мастера гостеприимства» [12]. Формат конкурса предполагает решение отраслевых задач и демонстрацию профессиональных навыков. Большим достижением конкурса можно считать формат встречи с участниками: после регистрации им предлагается записать видеобращение с приглашением в выбранный регион. У конкурсантов есть выбор, рассказывать о своем регионе или о другом месте – регионе, городе, районе или туристическом объекте. Главное – показать свой профессиональный интерес и навыки. Для университетов, в которых реализуется обучение в формате проектной деятельности, подобные конкурсы предоставляют возможность командам озвучить свое видение туризма, его достижений и проблем, а также заявить о своей активной профессиональной позиции.

Для оценки восприятия молодым поколением проблем регионального туризма для данной статьи были взяты материалы выступлений студентов программы менеджмента в гостиничном и ресторанном бизнесе ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», подготовленные для участия во II Всероссийском профессиональном конкурсе «Мастера гостеприимства» [12]. Примечательно, что конкурсанты из разных регионов, включая Москву, озвучили похожие требования к туризму: прозвучала личная оценка потенциала региона для жизни и туризма, а также критика в связи с недостаточным вниманием к организации молодежного досуга [5; 7; 9; 10; 11]. Умение показать предметный мир через призму личного восприятия является важным навыком для профессионала и свидетельствует о его активной позиции. При этом процент активного участия в публичных научно-исследовательских мероприятиях в студенческой среде (10 %) показателен и соответствует результатам исследования молодого поколения в разных странах: помимо доминирующей пассивности и склонности к развлекательному контенту ученые разных стран отмечают общественно-политическую апатию и затухание агрессии у молодежи с возрастом [2]. Помимо этого, по личным отзывам преподавателей разных вузов, у молодежи нарастает негативная тенденция использовать пассивную агрессию как инструмент манипуляции. Особенно ярко это проявилось во время изоляционных мероприятий во время пандемии.

Второй главной мыслью, озвученной молодыми участниками конкурса, помимо стремления к развлекательному досугу, явилось стремление к эстетизации туристического пространства [4; 6; 7; 8; 9]. Для поколения эпохи общения в социальных сетях – селфи, блогерства и живых трансляций – важно не только внимание к историческим памятникам и их состоянию, но и социально-эстетическая сторона: люди на фоне ухоженных исторических памятников должны выглядеть красиво, что соответствует потребности в гуманизации общества, характерной для эпохи перемен. Исторически это также подтверждается проявлением романтизации жизни во времена бурных изменений в обществе. Сюда относится и увлеченность молодежи традиционными праздниками в духе исторического романтизма – это и фестивали традиционных празднеств, и реконструкции исторических событий. В связи с этим концепция романтизации в туризме требует дополнительной проработки, и «ухоженность» исторических памятников не обязательно подразумевает реставрацию или реконструкцию: руины вызывают гораздо больше эмоций и являются одним из атрибутов романтизма. К примеру, одним из популярных у молодежи общественных пространств Санкт-Петербурга являются облагороженные руины особняка Лопухиных и Нарышкиных (Third place, Литейный пр., 62) [25].

Анализ результатов

Адаптация индустрии туризма для молодежной аудитории.

Если подробнее рассмотреть, с чем придется иметь дело молодому поколению в ближайшие 10 лет, на первый план выходит расширение сферы применения искусственного интеллекта и ускорение цифровых сервисов, а в личную жизнь приходит медийность, что означает вторжение цифровых технологий непосредственно в частную жизнь человека. В связи с этим встает вопрос об однородности молодого поколения в отношении к цифровым технологиям и готовности жертвовать личным пространством, особенно с учетом тенденции использования открытого аккаунта – без прикрытия аватаром и ником – для профессионального личного брендинга в социальных сетях.

Вопросы отношения молодого поколения к этическим вопросам использования искусственного интеллекта и замещению ряда специальностей роботами также относятся к сфере формирования будущих ценностей общества.

Особое внимание разработчиков туристических продуктов для молодежи должно быть обращено на проблему наступления цифровых технологий на сферу человеческого общения: речь уже идет не о переносе общения в социальные сети или дистанционном общении через экран, а о симуляции человеческих эмоций с помощью технологий виртуальной и дополненной реальности. По данным Statista, в самой многонаселенной стране мира уже активно развивается рынок виртуальных свиданий, а настоящим культурным феноменом современности становится не литература или искусство, а киберспорт с просмотром видеотрансляций игр в реальном времени. Тяга к развлекательному контенту оказывает влияние уже на сам образ жизни, когда рутинные действия оживляются с помощью игрового элемента. Например, онлайн-покупки могут повышать адреналин, если использовать инструмент слежения за падением цены и охоты за лучшим предложением, а люксовые виртуальные товары для аватаров компьютерных игр и сети Instagram повышают самооценку у людей, обращающих внимание на статус.

Выводы

Обобщая вышесказанное, можно обозначить задачи адаптации индустрии туризма для аудитории молодого поколения.

1. Внедрение технологических инноваций для невидимого управления в туризме: от поиска информации и планирования досуга до цифрового сопровождения во время путешествия, включая информирование о безопасности, – является актуальным для smart-поколения эпохи цифровизации.

2. «Новая реальность» 2020 г. выявила потребность в долгосрочном планировании, а также формировании глобальной системы ценностей человечества и понимания человеком своего места в нестабильном, неопределенном, сложном и неоднозначном мире VUCA. В этой связи интересный опыт создания туристической достопримечательности нового типа представляет собой проект Дэнни Хиллиса и Стюарта Брэнда – часы «Long Now» с запасом хода на 10 000 лет внутри горы в штате Техас (США). Цель этого проекта – создать новый миф, который изменит мышление и создаст долгосрочное представление о мире [24].

3. Создание новой романтической реальности: необходимы исследования потенциала исторических стилей с целью использования их в туризме в связи с востребованностью романтизации досугового пространства со стороны молодого поколения и разработка концепций использования исторических зданий с сохранением их исторической аутентичности.

4. Организация особых общественных пространств для обмена опытом между поколениями на базе взаимных интересов – киберспорта (англ. e-sports) или традиционных игр. К примеру, в Санкт-Петербурге пользуется популярностью совместное решение головоломок в Арке главного штаба в ночное время. В этой простой идее прекрасно все, начиная от выбора места (одного из самых оживленных), времени суток, когда вокруг звучит музыка и архитектура красиво подсвечена, и заканчивая общением: спонтанно образуется сообщество единомышленников, целью отдыха которых не является пассивное потребление. Такие виды досуга нужно поощрять и создавать больше условий для интеллектуального отдыха.

5. Одним из признаков нового поколения является толерантность, которая, однако, находится в прямой зависимости от уровня культуры. Проблема буллинга является одной из актуальнейших тем для российских исследований в подростковой, молодежной и рабочей среде. Создание инклюзивных площадок и поощрение

проектов с вовлечением молодых людей с ограниченными возможностями – это путь к новому уровню человечности через 5–10 лет. В качестве ориентира могут быть использованы идеи социального проекта «Простые вещи», реализованные в Санкт-Петербурге: предприятие общественного питания «Огурцы» и инклюзивные мастерские «Простые вещи», оба направленные на трудоустройство людей с особенностями развития [13].

б. Назрела необходимость создания полноценной национальной и международной онлайн-платформы молодежного досуга: площадок и календаря проведения мероприятий с встроенной системой покупки билетов, поиском попутчиков и единомышленников, системой лояльности и льгот для особых категорий, а также обозначением социальных инициатив и мер безопасности. Например, проект «Позовите Галю» для защиты женщин от нежелательного внимания объединяет общественные пространства и точки общественного питания, где можно получить необходимую помощь в экстренном случае, и преследует цель сделать города безопаснее [14]. Смена приоритетов новых поколений потребителей и ограниченная мобильность из-за пандемии 2020 г. увеличила долю индивидуальных путешественников, соответственно, растет потребность в цифровых сервисах по поиску информации об услугах и информированию о безопасности и маршруте передвижения: по поиску и бронированию билетов, планированию поездок, информированию об отмене рейсов и режиме работы объектов, а также подборе спутников с аналогичными интересами и запросами [3; 16; 23].

Проблематика молодежной политики и инициатив в туризме – одна из самых актуальных в турбулентное время. В статье акцентированы некоторые задачи по адаптации туристической отрасли под потребности поколения 2000-х гг. в мире нестабильности, неопределенности, сложности и неоднозначности (VUCA).

Библиографический список

1. Замятина, Н. А. Международный бизнес и современные образовательные технологии // Общество. Доверие. Риски: Материалы Ежегодного Международного форума, г. Москва, 2 октября 2019 г. / под общ. ред. П.В. Терелянского. – М.: ГУУ, 2019. – С. 21-25.
2. Замятина, Н. А. Международный опыт управления рисками smart-поколения // Общество. Доверие. Риски: Материалы Ежегодного Международного форума, г. Москва, 28 октября 2020 г. / под общ. ред. И.В. Грошева. – М.: ГУУ, 2020. – С. 204-211.
3. Фролова, Е. А. Тенденции и проблемы развития мирового туризма // Вестник университета. – 2019. – № 3. – С. 61-65; <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-3-61-65>.
4. Конкурс «Мастера гостеприимства 2020-2021» Гуцул Алена (Белоозерский, МО) [Видеозапись] // You Tube. – 14 января 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://youtu.be/PNHTDp1o2ns> (дата обращения: 17.01.2021).
5. Конкурс «Мастера гостеприимства 2020-2021» Колонюк Глеб (Челябинская область) [Видеозапись] // You Tube. – 14 января 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://youtu.be/z6lXaFf-8QY> (дата обращения: 17.01.2021).
6. Конкурс «Мастера гостеприимства 2020-2021» Маргарита Левина (Соликамск, Пермская область) [Видеозапись] // You Tube. – 14 января 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://youtu.be/7eMb68dJn5Y> (дата обращения: 17.01.2021).
7. Конкурс «Мастера гостеприимства 2020-2021» Маргарита Юшкова (Подольск, МО). [Видеозапись] // You Tube. – 14 января 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=Af8LSACNXP4> (дата обращения: 17.01.2021).
8. Конкурс «Мастера гостеприимства 2020-2021» Поваляев Егор (пос. Архангельское, МО) [Видеозапись] // You Tube. – 14 января 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://youtu.be/vL-NDg6E4pE> (дата обращения: 17.01.2021).
9. Конкурс «Мастера гостеприимства 2020-2021» Симакин Иван (Москва) [Видеозапись] // You Tube. – 14 января 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=OfDbhKa8d_U (дата обращения: 17.01.2021).
10. Конкурс «Мастера гостеприимства 2020-2021» Тимофеева Яна (Камышин, Вологодская область) [Видеозапись] // You Tube. – 14 января 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://youtu.be/37opv3SSdxU> (дата обращения: 17.01.2021).
11. Конкурс «Мастера гостеприимства 2020-2021» Ястребов Дмитрий (Новокузнецк, Кемеровская область) [Видеозапись] // You Tube. – 14 января 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://youtu.be/mf6zl0zotfs> (дата обращения: 17.01.2021).
12. Мастера гостеприимства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://welcomesur.ru> (дата обращения 17.01.2021).
13. Простые вещи: инклюзивные мастерские [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prostieveschi.ru> (дата обращения: 17.01.2021).
14. Позовите Галю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://galyahelps.ru> (дата обращения: 17.01.2021).
15. Россия – страна возможностей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rsv.ru> (дата обращения: 17.01.2021).

16. Camarena, A. What will happen to the travel industry after Coronavirus: And 6 startups that can help // Plug-and-Play Tech Centre. – March 26, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.plugandplaytechcenter.com/resources/impact-covid-19-travel-hospitality-industry-and-6-startups-can-help/> (дата обращения: 17.01.2021).
17. Climate Emergency EU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://climateemergencyeu.org> (дата обращения: 17.01.2021).
18. Country comparison // Hofstede Insights [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/> (дата обращения: 17.01.2021).
19. Lenart, T. E. R. B. Empowering the youth to lead the future: What should we be teaching the youth to help them lead their country to national prosperity? // Academia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.academia.edu/41552253/Academic_Paper_SOCIAL_CHANGE_Empowering_the_Youth_to_Lead_the_Future_What_should_we_be_teaching_the_youth_to_help_them_lead_their_country_to_prosperity (дата обращения: 17.01.2021).
20. Ovens, A. What resilience means, and why it matters // Harvard Business Review. – January 5, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hbr.org/2015/01/what-resilience-means-and-why-it-matters> (дата обращения: 17.01.2021).
21. Schleider, J. L., Krause, E. D., Gillham, J. E. Sequential comorbidity of anxiety and depression in youth: Present Knowledge and Future Directions // Current Psychiatry Reviews. – 2014. – V. 10, no. 1. – Pp. 75-87. DOI: 10.2174/1573400509666131217010652.
22. Siddiqi, N. Building youth for a bright future: A case study of Ramanujan college Part 1 // Academia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.academia.edu/6913160/Building_Youth_for_a_Bright_Future_A_Case_Study_of_Ramanujan_College_Part_I (дата обращения: 17.01.2021).
23. Ten travel startups to watch after Coronavirus // Travel Daily News. – August 14, 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://traveldailynews.com/post/ten-travel-startups-to-watch-after-coronavirus> (дата обращения: 17.01.2021).
24. The 10,000 Year Clock // The Long Now Foundation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://longnow.org/clock/> (дата обращения: 17.01.2021).
25. Third Place [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thirdplace.ru> (дата обращения: 17.01.2021).
26. VUCA-world by Waltraud Glaeser [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vuca-world.org> (дата обращения: 17.01.2021).

References

1. Zamyatina N. A. Global business and modern educational technologies, *Society. Trust. Risks: Materials of Annual International Forum, Moscow, October 2, 2019*, under the general editorship by P. V. Tereliansky, Moscow, Publ. House of the State University of Management, 2019, pp. 21-25. (In Russian).
2. Zamyatina N. A. International expertise in managing risks of the smart-generation, *Society. Trust. Risks: Materials of Annual International Forum, Moscow, October 28, 2020*, under the general editorship by I. V. Groshev, Moscow, Publ. House of the State University of Management, 2020, pp. 204-211. (In Russian).
3. Frolova E. A. Trends and problems of development of the world tourism, *Vestnik universiteta*, 2019, no. 3, pp. 61-65. (In Russian); <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-3-61-65>
4. Masters of Hospitality Competition 2020–2021, Gucul Alena (Beloozersky, Moscow Region), [Video recording], *You Tube, January 14, 2021*. Available at: <https://youtu.be/PNHTDp1o2ns> (accessed 17.01.2021). (In Russian).
5. Masters of Hospitality Competition 2020–2021, Kolonyuk Gleb (Chelyabinsk Region), [Video recording], *You Tube, January 14, 2021*. Available at: <https://youtu.be/z6lXaFf-8QY> (accessed 17.01.2021). (In Russian).
6. Masters of Hospitality Competition 2020–2021, Levina Margarita (Solikamsk, Perm Region), Video recording, *You Tube, January 14, 2021*. Available at: <https://youtu.be/7eMb68dJn5Y> (accessed 17.01.2021). (In Russian).
7. Masters of Hospitality Competition 2020–2021, Yushkova Margarita (Podolsk, Moscow Region), [Video recording], *You Tube, January 14, 2021*. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=Af8LSACNXP4> (accessed 17.01.2021). (In Russian).
8. Masters of Hospitality Competition 2020–2021, Povalyaev Egor (settlement Arhangelskoe, Moscow Region), [Video recording], *You Tube, January 14, 2021*. Available at: <https://youtu.be/vL-NDg6E4pE> (accessed 17.01.2021). (In Russian).
9. Masters of Hospitality Competition 2020–2021, Simakin Ivan (Moscow), [Video recording], *You Tube, January 14, 2021*. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=OfDbhKa8d_U (accessed 17.01.2021). (In Russian).
10. Masters of Hospitality Competition 2020–2021, Timofeeva Yana (Kamyshin, Vologda Region), [Video recording], *You Tube, January 14, 2021*. Available at: <https://youtu.be/37opv3SSdxU> (accessed 17.01.2021). (In Russian).
11. Masters of Hospitality Competition 2020–2021, Yastrebov Dmitry (Novokuzneck, Kemerovo Region), [Video recording], *You Tube, January 14, 2021*. Available at: <https://youtu.be/mf6zl0zotfs> (дата обращения 17.01.2021). (In Russian).

12. *Masters of Hospitality*. Available at: <http://welcomecup.ru> (accessed 17.01.2021). (In Russian).
13. *Prostye veshchi: Inklyuzivnye masterskie*. Available at: <http://prostieveschi.ru> (accessed 17.01.2021). (In Russian).
14. *Pozovite Galyu*. Available at: <http://galyahelps.ru> (accessed 17.01.2021). (In Russian).
15. *Rossiya – strana vozmozhnoستي*. Available at: <https://rsv.ru> (accessed 17.01.2021). (In Russian).
16. Camarena A. What will happen to the travel industry after Coronavirus: And 6 startups that can help, *Plug-and-Play Tech Centre*, March 26, 2020. Available at: <https://plugandplaytechcenter.com/resources/impact-covid-19-travel-hospitality-industry-and-6-startups-can-help/> (accessed 17.01.2021).
17. *Climate Emergency EU*. Available at: <https://climateemergencyeu.org> (accessed 17.01.2021).
18. Country comparison, *Hofstede Insights*. Available at: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/> (accessed 17.01.2021).
19. Lenart T. E. R. Empowering the youth to lead the future: What should we be teaching the youth to help them lead their country to national prosperity?, *Academia*. Available at: https://www.academia.edu/41552253/Academic_Paper_SOCIAL_CHANGE_Empowering_the_Youth_to_Lead_the_Future_What_should_we_be_teaching_the_youth_to_help_them_lead_their_country_to_prosperity (accessed 17.01.2021).
20. Ovans A. What resilience means, and why it matters, *Harvard Business Review*, January 5, 2015. Available at: <http://hbr.org/2015/what-resilience-means-and-why-it-matters> (accessed 17.01.2021).
21. Schleider J. L., Krause E. D., Gillham J. E. Sequential comorbidity of anxiety and depression in Youth: Present Knowledge and Future Directions, *Current Psychiatry Reviews*, 2014, vol. 10, no. 1, pp. 75-87. DOI: 10.2174/1573400509666131217010652
22. Siddiqi N. Building youth for a bright future: A case study of Ramanujan college, Part 1, *Academia*. Available at: https://www.academia.edu/6913160/Building_Youth_for_a_Bright_Future_A_Case_Study_of_Ramanujan_College_Part_I (accessed 17.01.2021).
23. Ten travel startups to watch after Coronavirus, *Travel Daily News*, August 14, 2020. Available at: <https://traveldailynews.com/post/ten-travel-startups-to-watch-after-coronavirus> (дата обращения 17.01.2021).
24. The 10,000 year clock, *The Long Now Foundation*. Available at: <https://longnow.org/clock/> (accessed 17.01.2021).
25. *Third Place*. Available at: <http://thirdplace.ru> (accessed 17.01.2021).
26. *VUCA World* by Waltraud Glaeser. Available at: <http://vuca-world.org> (accessed 17.01.2021).